

POSITIONEN

Gemeinsam für Luzern

Sehr geehrte Partner der Wirtschaftsförderung Luzern

Mit gebündelten Kräften den Wirtschafts- und Wohnraum Luzern gezielt stärken: Unter diesem Leitgedanken wurde Anfang 2006 die Luzerner Wirtschaftsförderung auf eine neue Basis gestellt. Als Stiftung nach dem Modell einer Public Private Partnership wird die Wirtschaftsförderung heute gemeinsam vom Kanton, den 96 Luzerner Gemeinden und über 60 Partnern aus der Luzerner Wirtschaft getragen. Dazu kommen Kooperationspartnerschaften mit den Luzerner Regionen, Wirtschaftsverbänden sowie Organisationen aus den Bereichen Tourismus, Messe und Promotion sowie Bildung, Forschung und Wissenstransfer.

Die Wirtschaftsförderung Luzern ist mit der neuen Organisation seit April 2006 operativ. Sie hat ihre Aufbauphase erfolgreich abgeschlossen und sich als Anlaufstelle für die Wirtschaft etabliert. Ihre grundsätzliche strategische Ausrichtung hat sich bewährt. Nun gilt es, das Modell und die Finanzierung für die Geschäftsperiode 2009 und darüber hinaus zu festigen.

Das vorliegende Positionspapier gibt Ihnen einen Überblick darüber, was wir bisher erreicht haben und wo wir in den nächsten Jahren die Schwerpunkte setzen wollen, um den Standort Luzern wirkungsvoll zu fördern.

Wir danken allen Partnern für ihre bisherige tatkräftige Unterstützung und freuen uns, wenn Sie die Wirtschaftsförderung auch in den kommenden Jahren mittragen werden.



Dr. Marcel Imhof
Präsident



Bernard Kobler
Vorsitzender Forum Wirtschaft



Walter Stalder
Direktor

Luzern, Oktober 2008

Die Organisation der Wirtschaftsförderung Luzern (WF LU):

Stiftungsrat

Oberstes Organ der Wirtschaftsförderung ist der Stiftungsrat. Er legt die Strategie fest, überprüft periodisch den Erfolg und genehmigt das Budget und die Jahresrechnung. Zudem wirkt er beim Aufbau und der Pflege des Netzwerks mit.

Präsident

Dr. Marcel Imhof, COO Schmolz + Bickenbach AG

Vizepräsident

Regierungsrat Max Pfister
Bau-, Umwelt- und Wirtschaftsdirektor des Kantons Luzern

Mitglieder

Rudolf Amrein, Präsident Verband Luzerner Gemeinden
Rudolf Fehlmann, CEO Bison Group
Bernard Kobler, CEO Luzerner Kantonalbank
Dr. Franz Müller, Finanzdirektor der Stadt Luzern
Thomas Oetterli, CEO Schindler Schweiz
Max Renggli, CEO Renggli AG
Rudolf Scheidegger, Verwaltungsratspräsident Rekap AG
Bruno Schmid, Geschäftsführer RegioHER
Dr. Sven-Erik Zeidler, Leiter Dienststelle Raumordnung, Wirtschaftsförderung und Geoinformation

Forum Wirtschaft

Das Forum Wirtschaft ist ein strategischer Ausschuss des Stiftungsrats. Es befasst sich mit der Standortentwicklung und setzt sich für die Verbesserung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein.

Vorsitzender

Bernard Kobler, CEO Luzerner Kantonalbank

Mitglieder

Mark Bachmann, Vorsitzender der Gruppenleitung 4B
Rudolf Fehlmann, CEO Bison Group
Thomas Held, Direktor Avenir Suisse
Dr. Marcel Imhof, COO Schmolz + Bickenbach AG
Dr. Franz Müller, Finanzdirektor der Stadt Luzern
Thomas Oetterli, CEO Schindler Schweiz
Regierungsrat Max Pfister,
Bau-, Umwelt- und Wirtschaftsdirektor des Kantons Luzern
Max Renggli, CEO Renggli AG
Rudolf Scheidegger, Verwaltungsratspräsident Rekap AG

Geschäftsstelle

Die Geschäftsstelle nimmt die operativen Aufgaben der Wirtschaftsförderung wahr. Dazu gehören die Bereiche Promotion, Ansiedlung und Unternehmensentwicklung sowie der Aufbau und die Pflege des Netzwerks mit Kanton, Gemeinden, Wirtschaft und Organisationen.

Walter Stalder, Direktor, Unternehmensentwicklung
Lilian Bachmann, Office Manager
Claudia Amrein, Projektassistenz

André Marti, Projektmanagement
Patrik Wermelinger, Marketing & Promotion

➤ Ziele und Strategie

Die Ziele und Strategie der Wirtschaftsförderung Luzern stehen im Einklang mit den Vorgaben des kantonalen Richtplans und des Legislaturprogramms 2007-11.

Die Ziele

Die Luzerner Wirtschaftsförderung trägt zu einem **nachhaltigen Wirtschaftswachstum im Kanton Luzern** bei, indem sie

- den Aufbau und die Expansion ansässiger Unternehmen unterstützt (Wachstum von innen);
- neue Betriebe und Arbeitsplätze ansiedelt (Wachstum von aussen);
- Jungunternehmen in der Start-up-Phase professionell unterstützt;
- sich gezielt für ein attraktives Umfeld einsetzt, das den Zuzug zukunftsfähiger Unternehmen, gut qualifizierter Arbeitskräfte sowie finanzkräftiger Personen in den Kanton Luzern begünstigt.

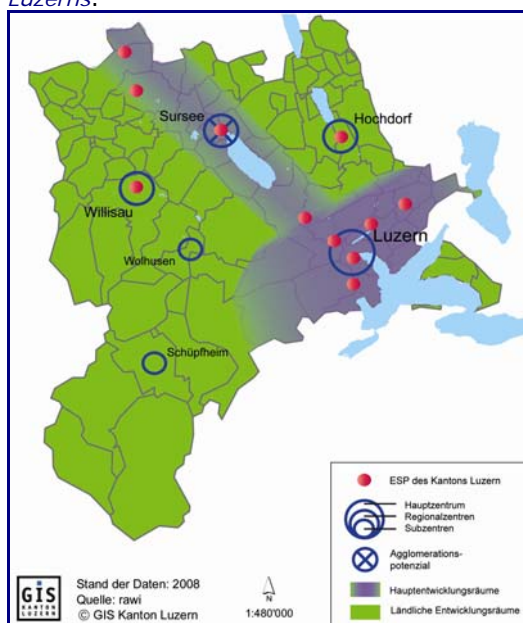
Die Luzerner Wirtschaftsförderung setzt sich für eine **dauerhafte Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft** ein, indem sie

- den Austausch von Wissen und Neuerungen in der Wirtschaft fördert;
- Chancen und Risiken für die Luzerner Wirtschaft frühzeitig erkennt und sich im Dialog mit der Wirtschaft und Politik dafür einsetzt, dass die Rahmenbedingungen für die Unternehmensentwicklung im Standortkanton Luzern „stimmen“.

Die Strategie: Potenziale ausschöpfen

Um im Kanton starke Wirtschafts- und Wohnregionen

Potenziale und Entwicklungsschwerpunkte (ESP) Luzerns:



zu bilden, werden die vorhandenen Potenziale gezielt ausgeschöpft:

- **Industrie, Handel/Logistik, kommerzielle Dienstleistungen, Gesundheit und Tourismus** sind kraftvolle Motoren der Luzerner Wirtschaft. Über den Ausbau bestehender und die Entwicklung neuer Cluster werden sie weiter gefördert.
- **Wachstumsimpulse aus der Finanz- und Wirtschaftsregion Zürich-Zug-Aargau** nutzen, um den Kanton als Unternehmensstandort zu stärken.
- **Attraktiver Wohnstandort Luzern** in der Entwicklung fördern und aktiv promoten.

Aktive Unterstützung bei der Umsetzung der Neuen Regionalpolitik (NRP)

- Das wirtschaftliche Wachstum im ländlichen Entwicklungsraum soll in erster Linie mittels der Neuen Regionalpolitik gefördert werden.
- Mit Rücksicht auf die spezifischen Potenziale der verschiedenen Regionen wird der ländliche Entwicklungsraum in seinen Qualitäten als Wohn-, Arbeits- und Erholungsraum gestärkt.
- Die Voraussetzung für eine hohe Siedlungs- und Wohnqualität im ländlichen Entwicklungsraum soll ebenso verbessert werden wie die Anbindung der regionalen Zentren an die Verkehrsnetze.

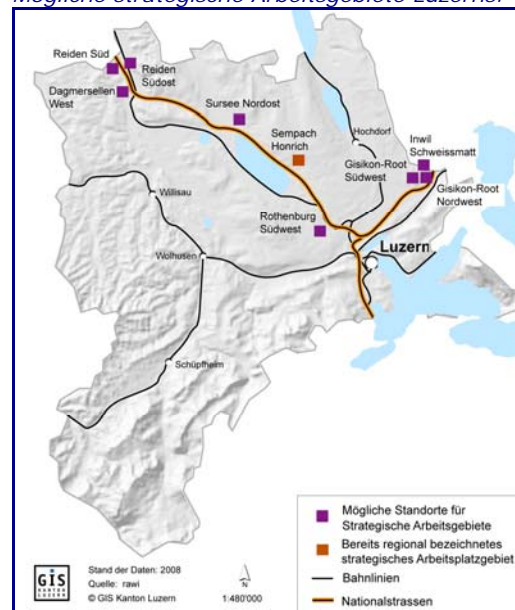
Starke Marke «Luzern»

Bei ihrem Auftritt setzt die Wirtschaftsförderung auf die bekannte Marke «Luzern» und verwendet gemeinsam mit Luzern Tourismus die folgende Bildmarke.



Der Kanton tritt als Wirtschafts-, Tourismus-, Kongress-, Event- und Wohndestination einheitlich auf.

Mögliche strategische Arbeitsgebiete Luzerns:



➤ Wo stehen wir?

Standortentwicklung

Die Ansiedlung neuer Unternehmen und finanzkräftiger Einwohner sowie die Unterstützung bestehender Firmen in ihrer Geschäftsentwicklung gelingen nur, wenn die Rahmenbedingungen stimmen. Hier sieht das Forum Wirtschaft seine wichtigste Aufgabe. Als strategisches Gremium der Wirtschaftsförderung greift das Forum Themen aus den Bereichen Verkehr, Bildung, Lebensqualität und Fiskalpolitik auf und setzt Impulse zur Verbesserung der Standortqualität.

Aktivitäten des Forums Wirtschaft 2006 – 08:

Themendefinition. Das Forum Wirtschaft befasst sich vorerst mit den folgenden Fragestellungen zur Standortentwicklung: A4-Lückenschluss Knonaeramt, Standortpaket 2010, Strategie für den Wohnstandort. 2007/08 stand das Thema ‚A4-Lückenschluss‘ im Vordergrund.

A4-Lückenschluss Knonaeramt. Ab November 2009 verbindet die Autobahn A4 Luzern direkt mit dem Wirtschaftsraum Zürich. Das Forum Wirtschaft hat sich mit den Chancen und Herausforderungen, die der A4-Lückenschluss Knonaeramt für Luzern mit sich bringt, auseinander gesetzt. Zu diesem Zweck wurde beim Institut für Betriebs- und Regionalökonomie der Hochschule Luzern eine Studie in Auftrag gegeben, die im Frühling 2008 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Der ermittelte Handlungsbedarf lässt sich wie folgt zusammenfassen:

- Das Näherrücken als Vorteil verstehen und nutzen.
- Vorhandene gute Lösungen konsequent umsetzen:
 - Gesamtverkehrskonzept, Agglomerationsprogramm;
 - Entwicklungsschwerpunkte Wohnen/Arbeiten und grenzübergreifende Raumplanung;
 - Strategien für starken Kanton und starkes Zentrum.
- Rahmenbedingungen für Wirtschaft, Steuern, Bildung, Kultur, Sport optimieren.
- Arbeitskräfte, Kunden und Zuzüger im erweiterten Einzugsgebiet gewinnen.
- Vorhandene Stärken und neue Vorteile gezielt ausspielen.

Die erarbeiteten Unterlagen – Studie, Broschüre, Referat sowie Bild-, Grafik- und Textmaterial – stehen unter www.luzern-business.ch/A4 allen Interessierten zur Verfügung.



„Nur wenn das wirtschaftliche, politische, soziale und verkehrstechnische Umfeld stimmt, kann Luzern im nationalen und internationalen Wettbewerb mithalten.“
Bernard Kobler, Vorsitzender Forum Wirtschaft

Unternehmensentwicklung

Ansässige Betriebe unterstützen wir wie folgt in ihrer Geschäftsentwicklung:

- Anlauf-, Informations- und Koordinationsstelle bei Anliegen an die öffentliche Hand.
- Begleitung bei Unternehmensexpansionen (u.a. Vermittlung von Bauland und Produktions-/Büroflächen, Unterstützung bei Erschliessungsfragen).
- Key Account Management: rund 150 Schlüsselunternehmen werden persönlich und regelmässig betreut.
- Dreistufiges Start-up-Paket für Neuunternehmer: Erstgespräch, Gründerberatung (u.a. Unternehmertest), Unterstützungsleistungen in Zusammenarbeit mit dem InnovationsTransfer Zentralschweiz und dem Technopark Luzern.

Leistungsausweis 2006 – 08:

Key Accounts. Zwischen April 2006 und Juni 2008 haben wir über 100 der 150 Key Accounts besucht. Ein standardisierter Kurzreport sichert dabei wichtige Informationen wie: Eigentümer, Strategie, Produkte, Märkte, Alleinstellungsmerkmale, Entwicklung von Mitarbeiterzahl, Umsatz, Ertrag sowie Anliegen und weiteres Vorgehen.

Fazit:
Mehr als 80% der besuchten Unternehmen wollen sich im Kanton Luzern weiterentwickeln. Mehr als 90% suchen Fachkräfte und leitende Mitarbeitende.

Mit 30 Key Accounts hat die Wirtschaftsförderung Ausbau- und Entwicklungsprojekte angegangen. Davon befinden sich z.Zt. 10 Projekte in der Umsetzung, die über 250 zusätzliche Arbeitsplätze schaffen.

Ausbau- und Entwicklungsprojekte 2006-08:

Branche	Gesicherte Arbeitsplätze	Zusätzliche Arbeitsplätze
IT Software/Beratung	90	110
Versicherung	200	25
Holzbau	135	25
Elektrotechnik	160	20
Foodproduktion	70	20
Wasserhygiene	55	20
Food (Hauptsitz)	150	20
Diverse	50	25
Total	> 900	> 250

Jungunternehmerförderung.

40 Neuunternehmer/-innen haben die Beratungsleistungen in Anspruch genommen. Daraus erfolgten bis heute 10 Firmengründungen.



„Mitarbeiter und bestehende Unternehmen sind unser wertvollstes Kapital“
Walter Stalder, Direktor

➤ Leistungsausweis 2006 – 2008

Marketing und Promotion

Unter dem Dreiklang „Arbeiten – Wohnen – Geniessen“ positionieren wir den Standort Luzern in den definierten Zielmärkten. Zu diesem Zweck nehmen wir an den relevanten Fachmessen, Promotionsevents und Investorenseminaren teil, arbeiten mit ausgewählten Promotionspartnern in den Zielmärkten zusammen und nutzen die gängigen Kommunikationsmittel für einen professionellen Auftritt.

Leistungsausweis 2006 – 08:

7 Zielmärkte. Reifer Markt: Deutschland; Aufbaumärkte: Nordamerika, China, England, Belgien, Niederlande; Testmarkt: Spanien.

Promotion.

Land	Anlass	Contacts*	Leads*
2006		360	20
DE	6 Investorenseminare, 2 Messen (Expo Real, Medica)	240	11
UK	1 Investorenseminar	25	5
BE	1 Investorenseminar	35	1
NL	1 Investorenseminar	60	3
2007		400	35
DE	7 Investorenseminare, 1 Messe (Expo Real)	214	24
AT	1 Investorenseminar	5	1
US	1 Investorenseminar	30	3
UK	2 Investorenseminare	28	3
BE	1 Investorenseminar	48	3
NL	1 Investorenseminar	75	1
2008 (Stand September)		400	41
DE	5 Investorenseminare	129	11
UK	1 Investorenseminar	29	0
ES	2 Investorenseminare	32	7
US	1 Messe (CFO-Conference)	60	10
BE	1 Investorenseminar	49	4
NL	1 Investorenseminar	81	7
VRC	House of Switzerland, Beijing: VIP-Reception	20	2

*Contact: Unternehmen mit Interesse an einer Standortverlagerung in die Schweiz

Lead: qualifizierter Kontakt mit ernsthaftem Interesse an Luzern

Kommunikationsmittel.

- Website www.luzern-business.ch in Deutsch, Englisch und Chinesisch; digitale Geodaten online, Film Luzern, digitaler Newsletter; pro Monat durchschnittlich 4'000 Besucher aus 85 Ländern, rund die Hälfte sind wiederkehrende Nutzer.
- Publikationen: Pocket-Guide zum Wirtschaftsstandort Luzern, in 50 Vier- und Fünfsternehotels rund um den Vierwaldstättersee erhältlich; Jahresbericht; Broschüre zum A4-Lückenschluss.



„Arbeiten – Wohnen – Geniessen: LUZERN, das perfekte Produkt“
Patrik Wermelinger, Marketing & Promotion

Ansiedlungen

Unternehmen und Privatpersonen, die sich im Kanton Luzern niederlassen wollen, beraten wir als **One-Stop-Shop**. Wir zeigen ihnen die Vorteile des Standorts Luzern auf, klären die konkreten Standortoptionen ab und begleiten sie während des gesamten Ansiedlungsprozesses. Dazu nutzen wir unser weit verzweigtes Netzwerk in Kanton, Gemeinden und Wirtschaft.

Leistungsausweis 2006 – 08:

Netzwerk. In den ersten zwei Betriebsjahren haben wir das für eine erfolgreiche Ansiedlungsförderung erforderliche Netzwerk auf- und ausgebaut. Enge Kontakte pflegen wir mit:

- Gemeinden
- Regionalentwicklungsorganisationen
- Dienststellen der kantonalen Verwaltung
- Immobilienentwicklern und -investoren
- Vermittlern, Anwälten, Treuhändern, Beratern
- Netzwerk- und Kooperationspartnern

Ansiedlungen. 2006 und 2007 wurden über 50 Ansiedlungsprojekte aktiv bearbeitet. Daraus resultierten 18 Ansiedlungen mit insgesamt rund 160 Arbeitsplätzen.

Angesiedelte Unternehmen 2006-07:

Branche	Anzahl Unternehmen	Potenzial Arbeitsplätze
Detailhandel	2	30
Finanzdienstleistungen	2	19
IT Security	1	50
IT Software/Beratung	4	25
Prozessengineering	1	10
Sonnenschutztechnik	1	10
Veterinärlabor	1	10
Diverse	6	17
Total	18	> 150

Ansiedlungsprojekte erstrecken sich vielfach über einen längeren Zeitraum. In den Jahren 2006 und 2007 wurden diverse Projekte gestartet, die heute nach wie vor in Bearbeitung sind. Einige der betreffenden Unternehmen haben sich bereits definitiv für den Standort Luzern ausgesprochen. Betriebliche Rahmenbedingungen, die es noch abzuwarten gilt, oder laufende Bauprojekte sind die Gründe, weshalb diese Projekte erst in den folgenden Jahren in erfolgreiche Ansiedlungen münden werden. In diesem Projektstadium befinden sich bereits rund 10 Projekte mit ca. 600 zu schaffenden Arbeitsplätzen.



„Als ONE STOP SHOP sind wir die Drehscheibe bei der Realisierung von Ansiedlungs- oder Expansionsprojekten“
André Marti, Projektmanager

> Wohin wollen wir?

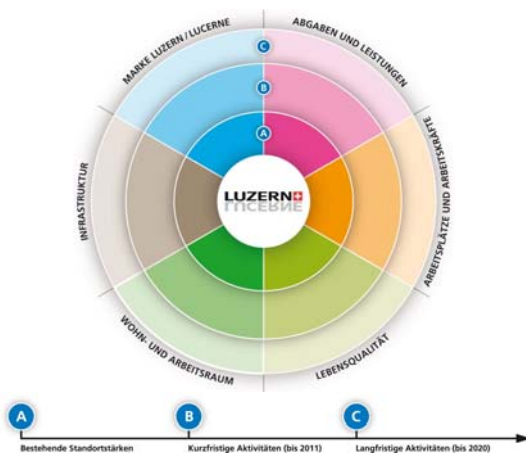
Zukunft Luzern – auf dem Weg zu einem starken Standort

Der harte Konkurrenzkampf international und unter den Kantonen und die Rolle Luzerns innerhalb der Zentralschweiz und des Metropolitanraums Zürich stellen Politik und Wirtschaft immer wieder vor neue Herausforderungen.

Im Frühjahr 2008 hat das Forum Wirtschaft ein erstes standortrelevantes Thema aufgegriffen: die Chancen und Herausforderungen der durchgehenden Autobahn Luzern – Zürich. Danach richteten wir den Blick auf sechs für Luzern relevante Standortfaktoren. Entstanden ist mit Hilfe der Hochschule Luzern im Jahr 2008 eine Gesamtsicht zum Standort Luzern, mit Fokus auf die Zeitspanne bis 2020.

Vor diesem Hintergrund versteht das Forum Wirtschaft die vorliegende Studie auch als Wegweiser, an dem sich alle an der Standortentwicklung beteiligten Partner orientieren können. Die Standortstudie macht eines klar: Die Stärke des Kantons liegt in der Vielfalt und im Zusammenspiel attraktiver Vorzüge. Heute und in Zukunft. Genauso vielfältig wünschen wir uns den Prozess, der nun in Gang kommen soll. Das Forum Wirtschaft ist bereit, zusammen mit Ihnen die Aufgabe anzupacken und Luzern vorwärtszubringen.

Folgende und weitere Informationen, Studien und Präsentationen zu Zukunft Luzern finden Sie unter: www.luzern-business.ch/de/forum_wirtschaft



Massnahmen:

- Marke LUZERN weiterentwickeln und breiter nutzen
- Infrastruktur = Strasse, Schiene, Luft, Wasser
Aktives Lobbying für Projekte zwischen Politik, Wirtschaft, Verbänden, Organisationen
- Hochstehende Bildung = qualifizierte Arbeitskräfte
Abstimmung der Wirtschaft mit der HS und Uni
- Steuerlich attraktiv = unter den Top 5 -10 für jur. und nat. Personen

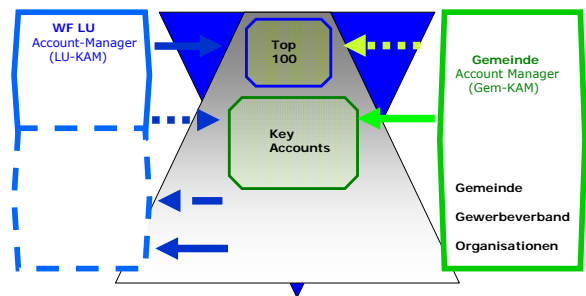
Unternehmensentwicklung

Die Wirtschaftsförderung Luzern steht **allen** ansässigen Unternehmen als Anlaufstelle zur Verfügung, wenn es um relevante Themen der Expansion und Entwicklung geht oder darum, als Ombudsstelle zwischen Unternehmen, Kanton und Standortgemeinde zu vermitteln.

Key Accounts. Die Auswahl der Schlüsselkunden erfolgt wie bisher nach folgenden Kriterien: Mitarbeiterzahl, Umsatz- und Ertragsituation, Potential, Risiken/kritische Situation.

Seit 2008 wird die Selektion mit den Gemeinden abgestimmt, dadurch hat sich die Zahl der Key Accounts von ursprünglich 150 auf 250 erhöht.

KAM Konzept (Schlüsselkunden Konzept)



Ziel ist es, die Top 100 Key Accounts persönlich zu betreuen, die Verantwortlichen und das Unternehmen kennen zu lernen und einen Kurzbericht zu erstellen. In Absprache mit den Gemeinden werden rund 150 weitere Unternehmen besucht. Dazu zählen neben «TOP-Firmen» auch eine Auswahl von diversen weiteren KMU. Wir sind für alle Unternehmen da!

Workshops mit den Gemeinden:

- 18.05.09 – Willisau
- 18.06.09 – Hochdorf
- 23.06.09 – D4 Business Center Luzern
- 22.09.09 – Sursee

Jungunternehmerförderung. Auch in den kommenden Jahren wollen wir Neuunternehmer/-innen beraten und erfolgreich ins Unternehmertum begleiten. Wir erwarten ca 40 Beratungen und 10 Neugründungen.

> Schwerpunkte 2009 – 2011

Marketing und Promotion

Zielfmärkte. Ab dem 1.1.2009 erfolgt die Standortpromotion der Schweiz unter dem Dach der Osec. Das neue Modell ermöglicht es Luzern, in zusätzlichen, relevanten Zielfmärkten aktiv zu sein.

Hinsichtlich **Zielfmärkten und Promotionsaktivitäten für den Standort Schweiz** setzt die Osec die folgenden Prioritäten:

- **China, Indien, USA, Russland, Deutschland, Frankreich, Japan**
Medienarbeit, Organisation von Investorenseminaren, Broschüren, Website und Hotline in der Landessprache, Durchführung von Marktanalysen/Studien, Medienarbeit

Spezifische Zielfmärkte Luzerns

Zusätzlich zum Engagement am Promotionsprogramm der OSEC planen wir eigene Veranstaltungen mit Partnern in den Märkten USA, Indien und China. In den fernen Märkten Nordamerika und China nutzen wir gezielt die Synergien mit Luzern Tourismus und mit Luzerner Festivals. Wir bauen unser Netzwerk von Botschaftern mit hoher Affinität zu Luzerns Zielfmärkten oder potenziellen Branchen aus.

Eine fokussierte Branchen-Strategie verfolgen wir in Nordamerika und Indien (IT/IT-Security).

Kommunikation und PR.

- Laufende Aktualisierung unserer Website www.luzern-business.ch. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Ausbau des Angebots für Expatriates, insbesondere die Verknüpfung der bestehenden Angebote und die Aufbereitung von englischen Informationen und News über Luzern.
- Versand von jährlich vier E-Newsletters.
- Durchführung von jährlich zwei Anlässen für unsere Netzwerkpartner.
- Aktiver Auftritt an wirtschaftsrelevanten Veranstaltungen und bei Partneranlässen.
- Walter Stalder betreut die nationalen, regionalen und lokalen Medien.
- Die Medienpräsenz wird laufend beobachtet und ausgeweitet.

Jahresziele 2009-11:

Aus den genannten Promotionsaktivitäten streben wir jährlich 300 neue Contacts, 100 Leads und 40 Prospects* an. Dies entspricht einem Potenzial von rund 1'000 Arbeitsplätzen.

*Prospect: qualifizierter Kontakt nach dem Besuch in Luzern

Ansiedlungen

Der eingeschlagene Weg als **One Stop Shop** wird konsequent weiterverfolgt. Das Netzwerk wird systematisch verfeinert und ausgebaut.

Ende Mai 2009 waren 60 Ansiedlungsprojekte (Prospects*) in Bearbeitung, darunter einige Grossprojekte mit einem Gesamtpotenzial von über 1'000 bis 2'000 Mitarbeitenden.

Ansiedlungsprojekte in Bearbeitung (2009):

Branche	Anzahl Unternehmen	Potenzial Arbeitsplätze
Detailhandel/Fachmärkte	5	485
Freizeit/Gastro	3	320
Logistik	2	240
Kosmetik	1	150
Glasindustrie	1	120
Kunststofftechnik	2	115
IT	2	75
Aviatik	1	50
Bildung	1	50
HT-Anlagenbau	1	50
Maschinenbau	3	40
Grosshandel	1	40
Sicherheitstechnologie	1	40
Textiltechnologie	2	30
Topfpflanzen	1	30
Pharma	1	25
Bank	1	10
diverse	32	
Total	60	> 2000

*Prospect: qualifizierter Kontakt nach dem Besuch in Luzern

Ziele 2009-11:

Quantitatives Ziel über 3 Jahre:

- Ansiedlung von ca. 50 Unternehmen mit gesamthaft ca. 1'000 Mitarbeitern

Qualitative Ziele:

- Fokussierung auf die strategischen Zielbranchen Industrie, Handel/Logistik, kommerzielle Dienstleistungen, Tourismus sowie Gesundheit
- Weiterer Ausbau der relevanten Beratungskompetenzen
- Intensiver Austausch mit den Gemeinden/Regionen
- Aktive Pflege des Partner-Netzwerks
- Unterstützung ansiedlungsrelevanter Projekte zur Weiterentwicklung des Wirtschaftsstandorts Luzern

> Projekte 2009 – 2011

1. Wohnen und Wohnstandortpromotion

Ausgangslage: Die Wohnfunktion bildet eine wichtige Stütze für die wirtschaftlichen Kreisläufe im Kanton Luzern: rund 60% der Bauausgaben im Kanton entfallen auf das Wohnen, rund 85% des Steuerertrags auf natürliche Personen. Es gibt Gemeinden, die weniger auf Unternehmensstandorte, aber entsprechend auf eine Strategie als Wohnort setzen.

Luzern verfügt über attraktive Wohnlagen und interessante Ortsnettokosten. Insbesondere Gutverdienende sollen verstärkt für den Wohnstandort Luzern gewonnen werden.

Rolle WFLU: Unterstützung der Gemeinden, Regionen

- beim Erarbeiten einer *Wohnortstrategie* inkl. Bereitstellen geeigneter Instrumente (z.B. „Erstberatung“ für Gemeinden, die Wohnortstrategie entwickeln wollen; Vorschläge für geeignete Instrumente/Tools);
- bei der *Wohnortpromotion* (Entwicklung von Promotionsmaterial).

Projektstand: Projekt mit Unterstützung der Hochschule Luzern – Wirtschaft, angelaufen. Vorgehenskonzept liegt vor; Aufbau der beiden Tätigkeitsfelder Wohnortpromotion und -strategie in drei Projektphasen vorgesehen:

1. analytische Grundlagen; 2. Entwicklung der Promotionsmaterialien und -tools; 3. operative Umsetzung.

2. Richtplan 2009

Ausgangslage: Die Wirtschaftsförderung schlägt vor, im Rahmen des Richtplans 2009 *strategische Wohn- und Arbeitszonen* zu bilden, um die gezielte Ansiedlung von wertschöpfungsintensiven Unternehmungen und Gutverdienenden zu unterstützen.

Rolle WFLU: Einsitz Steuerungs- und Projektgruppe, Vernehmlassungsadressat.

Projektstand: Vorschläge eingebracht, Richtplan in Vernehmlassung.

3. Ländlicher Raum und Entwicklungsgebiete der Neuen Regionalpolitik (NRP)

Ausgangslage: Komplementär zur Wirtschaftsförderung wird mit der NRP die wirtschaftliche Entwicklung der ländlichen Regionen gefördert. Ergänzend zu den Hauptentwicklungsräumen des Kantons sollen die spezifischen Potenziale der ländlichen Entwicklungsräume in Wert gesetzt werden. Durch die Unterstützung innovativer Projekte sollen Unternehmertum und Innovation gefördert und so ein Beitrag zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit, Wertschöpfung und Beschäftigung im ländlichen Entwicklungsraum geleistet werden.

Rolle WFLU: Einsitz im „Steuerungsausschuss Projekte“, Aktivitäten der NRP-Regionen und der WFLU abstimmen.

Projektstand: Erste Projekte der beiden NRP-Regionen RegioHER und Seetal liegen vor.

4. Gezielte Clusterförderung

Cluster ‚Gesundheit‘

Projektidee: In einem Public-Private-Partnership-Modell mit Kanton, Stadt und Wirtschaft eine Destination, ‚Gesundheit‘ im gehobenen Bereich aufbauen; Fokus: Wertschöpfungssteigerung im Gesundheitssektor.

Rolle WFLU: Auftraggeber der Projektstudie

Projektstand: Projekt mit Unterstützung der Hochschule Luzern – Institut für Tourismuswirtschaft, angelaufen, Auslegeordnung und Vorgehenskonzept sowie Commitments der beteiligten Akteure liegen vor. Im Lauf 2009 erfolgen die Entwicklung des Businessmodells (Public Private Partnership), Sicherung der Finanzierung und Umsetzung (u.a. Einsetzen eines Cluster-Managers).

Cluster ‚Energie‘

Projektidee: Der Kanton Luzern engagiert sich im Rahmen seiner Energiestrategie in den Bereichen Gebäudesanierungen, Verminderung des Energieverbrauchs, Entwicklung/Produktion von Alternativenenergien. Dazu arbeitet er mit der Hochschule Luzern – Technik und Architektur und anderen Organisationen wie Innovations Transfer Zentralschweiz und Technopark Luzern zusammen. Er betreibt innerhalb der Dienststelle Umwelt und Energie ein *Kompetenzzentrum für erneuerbare Energien* mit folgenden Aufgaben: Information, Beratung, Aus- und Weiterbildung, Kommunikation sowie öffentliche Energieberatungsstelle.

Rolle WFLU: Projektpartner.

Projektstand: Kanton hat Kompetenzzentrum errichtet, Klärung betreffs weiterer Massnahmen und Beteiligung WF LU in 2009

Cluster ‚Finanzdienstleistungen‘

Projektidee: Ansiedlung von Finanzdienstleistungsunternehmen; Know-how-Aufbau in Zusammenarbeit mit Hochschulen und privaten Institutionen, z.B. in Bereichen Private Equity, Hedge Funds, Ethikfragen usw.

Rolle WFLU: Promotion und Akquisition.

Projektstand: Idee, Vorgehen zu konkretisieren.

Cluster ‚IT und IT-Security‘

Projektidee: Ansiedlung von Unternehmen im Bereich IT-Datencenter und IT-Security.

Rolle WFLU: Promotion und Akquisition (Direktmarketing durch unsere Partneragentur in den USA, Gespräche mit Vermittlern, Netzwerkanlässe IT in der Schweiz).

Projektstand: Diverse Projekte im Ansiedlungsstatus.

5. Weitere Projekte

- Entwicklung von Industriebrachen (mit HS LU)
- Weitere Clusteransätze sorgfältig prüfen, z.B. Hotellerie/Tourismus, Pharmaindustrie, Film/Media

> Image

Bekanntheitsgrad und Image der neuen Wirtschaftsförderung

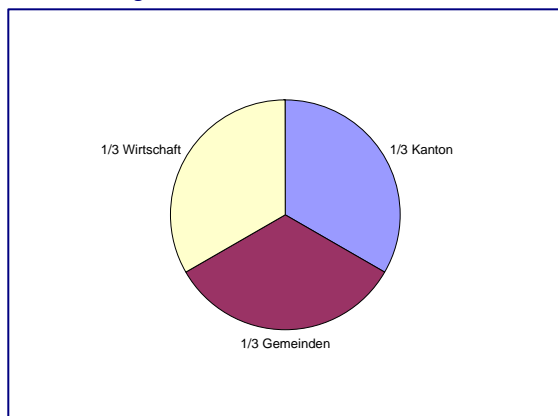
Im Frühling 2008 hat Demoscope 250 Führungskräfte aus der Luzerner Wirtschaft, den Gemeinden und dem Kanton zum Bekanntheitsgrad und Image der neuen Wirtschaftsförderung Luzern befragt. Ziel der Umfrage war, festzustellen, ob die neue Organisation Fuss gefasst hat und ob sie kundenorientiert und effektiv arbeitet.

Bekanntheitsgrad. Nach nur 2 Jahren weist die Wirtschaftsförderung Luzern einen respektablen Bekanntheitsgrad auf: 55% der Befragten konnten spontan die Organisation, Persönlichkeiten aus dem Team der Wirtschaftsförderung oder aus dem Stiftungsrat benennen.

Image. 71% der Befragten erachteten die Mitarbeitenden der Wirtschaftsförderung als freundlich, 66% als vertrauenswürdig, 61% als zuverlässig und jeweils über 50% als partnerschaftlich, unbürokratisch und proaktiv mit ausgezeichnetem Netzwerk. 48% der Befragten attestieren der Wirtschaftsförderung, dass sie im Vergleich zu früher konsequenter, koordinierter und professioneller handelt.

Die Umfrage wird im Sinne einer Qualitätskontrolle der Wirtschaftsförderung ca. alle 3 bis 4 Jahre wiederholt. Allfällige qualitative Defizite können so regelmässig eruiert und korrigiert werden.

Finanzierungsstruktur:



> Finanzierung

Finanzierung

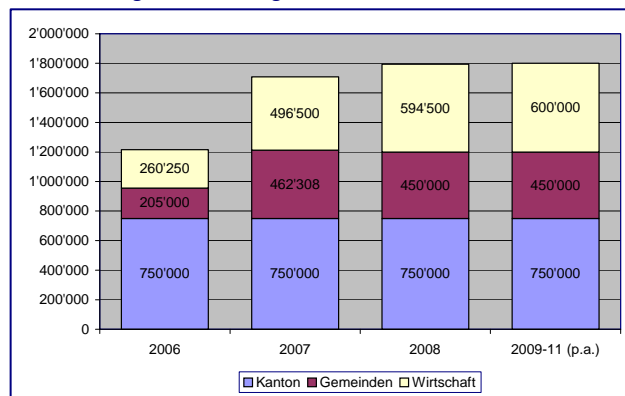
Die partnerschaftliche Finanzierung mit etwa gleichwertigen Beiträgen von je 1/3 des Kantons, der Gemeinden und der Wirtschaft soll weiterverfolgt werden.

Das gemeinsame Interesse und Engagement der Partner, zusammen an der „Positivspirale Luzern“ zu drehen, bleiben das erklärte Ziel des Modells.

In den Regionen sind die gemeinsamen Aktivitäten in wirtschaftlichen Netzwerk-Themen sehr positiv aufgenommen worden. Die bestehenden Leistungsvereinbarungen zwischen der Wirtschaftsförderung und den Regionen sollen bis auf Weiteres beibehalten werden.

Das Finanzierungsziel von CHF 1,8 Mio. wird 2008 erstmals erreicht. 2009 – 2011 soll das Finanzierungsvolumen stabil gehalten werden.

Finanzierungsentwicklung:



> Aussicht

Es ist und bleibt unsere Kernaufgabe, Wirtschaftsförderung immer im Interesse aller Partner weiterzuentwickeln und wahrzunehmen.

Wir – als Luzerner für Luzerner – werden weiterhin unser Wissen und Können mit Engagement und Herzblut Tag für Tag für den Kanton Luzern einsetzen.

► Unsere Partner

Stiftungspartner



Kooperationspartner



► Unsere Partner

Netzwerkpartner



> Gemeinden und Kanton

Kanton Luzern			Entlebuch (Äntlübuech)		Kriens (Chriens)		Romoos	
			Ermensee (Ärmisee)		Littau (Lettau)		Root	
			Eschenbach (Öschebach)		Luthern (Luttere)		Rothenburg (Roteborg)	
			Escholzmatt (Äschlismatt)		Luzern (Lozärn)		Ruswil (Rusmu)	
		Adligenswil (Adlige)		Ettiswil (Ettiswü)		Malters (Mauters)		Schenkon (Schänke)
		Aesch (Äsch)		Fischbach (Feschbach)		Marbach (Maarbach)		Schlierbach (Schlierpech)
		Alberswil (Auberswü)		Flühli (Flüeli)		Mauensee (Maauesee)		Schongau (Schonge)
		Altbüren (Autbüre)		Gettnau (Gettnu)		Meggen (Megge)		Schötz
		Altishofen (Autishofe)		Geuensee (Göiesee) (Geusu)		Meierskappel (Mäierschappu)		Schüpfheim (Schöpfe)
		Altwis (Autwis)		Gisikon (Gisike)		Menznau (Mänznou)		Schwarzenberg (Schwarzäbärg)
		Ballwil (Baubu)		Greppen (Greppe)		Nebikon (Nebike)		Sempach (Sempech)
		Beromünster (Möischter)		Grossdietwil (Grossdietu)		Neudorf (Nüüderf)		Sursee (Sorsi)
		Buchrain (Bueri)		Grosswangen (Grosswange)		Neuenkirch (Nöiechöuch)		Triengen (Trienge)
		Büron (Büre)		Hasle (Hasli)		Nottwil (Nottu)		Udligenswil (Udlig)
		Buttisholz (Budishouz)		Hergiswil bei Willisau (Hergiswü be Willisou)		Oberkirch (Oberchöuch)		Ufhusen (Ufhuse)
		Dagmersellen (Dagmersöue)		Hildisrieden (Höudisriede)		Ohmstal (Oohmstu)		Vitznau
		Dierikon (Dierike)		Hitzkirch (Hetzchöuch)		Pfaffnau (Pfaffnou)		Wauwil (Wauwu)
	Doppleschwand (Dopplischwand)		Hochdorf (Hofdere)		Pfeffikon (Pfäffike)		Weggis (Wäggis)	
	Ebersecken (Äbersecke)		Hohenrain (Hoonri)		Rain (Räin)		Werthenstein (Wärtestei)	
	Ebikon (Äbike)		Honau (Honau)		Reiden (Räide)		Wikon (Wigge)	
	Egolzwil (Egouzwi)		Horw (Horb)		Rickenbach (Rickebach)		Willisau (Willisou)	
	Eich (Eich)		Inwil (Eibu)		Roggliswil (Roggliswü)		Wolhusen (Wouhuse)	
	Emmen (Ämme)		Knutwil (Chnutu)		Römerswil		Zell (Zäu)	

Wirtschaftsförderung Luzern

Alpenquai 30 • CH-6005 Luzern
 T +41 41 367 44 00 • F +41 41 367 44 01
 info@luzern-business.ch • www.luzern-bbusiness.ch

LUZERN 
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG